

# Packen wir's an!

Nachhaltigkeitswoche 2023 | Nachhaltiger Konsum

MASTER VERSION



Die nächste  
Bertelsmann Content Alliance  
Nachhaltigkeitswoche:

# PACKEN WIR'S AN!

## NACHHALTIGER KONSUM

### 16. – 22.10.23



Unter dem Label „Packen wir's an“ bündelt die Bertelsmann Content Alliance regelmäßig ihre journalistische Kompetenz, um über alle Gattungen hinweg die wichtigsten Klimafragen unserer Zeit in Thementagen und –Wochen zu beleuchten.

Der Weg in eine grünere Zukunft beginnt mit kleinen Schritten, darum zeigen wir **in einer Woche rund um das Thema „Nachhaltiger Konsum“**, wie jeder Einzelne durch **bewusstes Kaufverhalten** einen Beitrag leisten kann!

Marie-Fee Taube  
Deputy Head of  
Sustainability & DEI



# NACHHALTIGER KONSUM 16. – 22.10.23

Nachhaltigkeit betrifft alle Lebensbereiche. Ob man zur Refill-Flasche greift, die Lebensmittel mit kurzer Lieferkette kauft, mit dem Energiesparmodus spült, oder sogar das Eigenheim grün nachrüstet – jede bewusste Kaufentscheidung hilft.

Wir räumen auf mit den größten Mythen rund um nachhaltige Produkte und geben Tipps, wie die ersten Schritte in Richtung nachhaltiger Konsum aussehen können.



**Über alle Gattungen  
bündeln wir unsere  
mediale Power für eine  
360°-Themenbesetzung.**



**PACKEN  
WIR'S  
AN!**

**PACKEN  
WIR'S  
AN!**



**Bewegtbild**



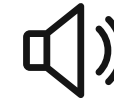
**Print**



**Digital**



**Musik**



**Audio**

**RTL**

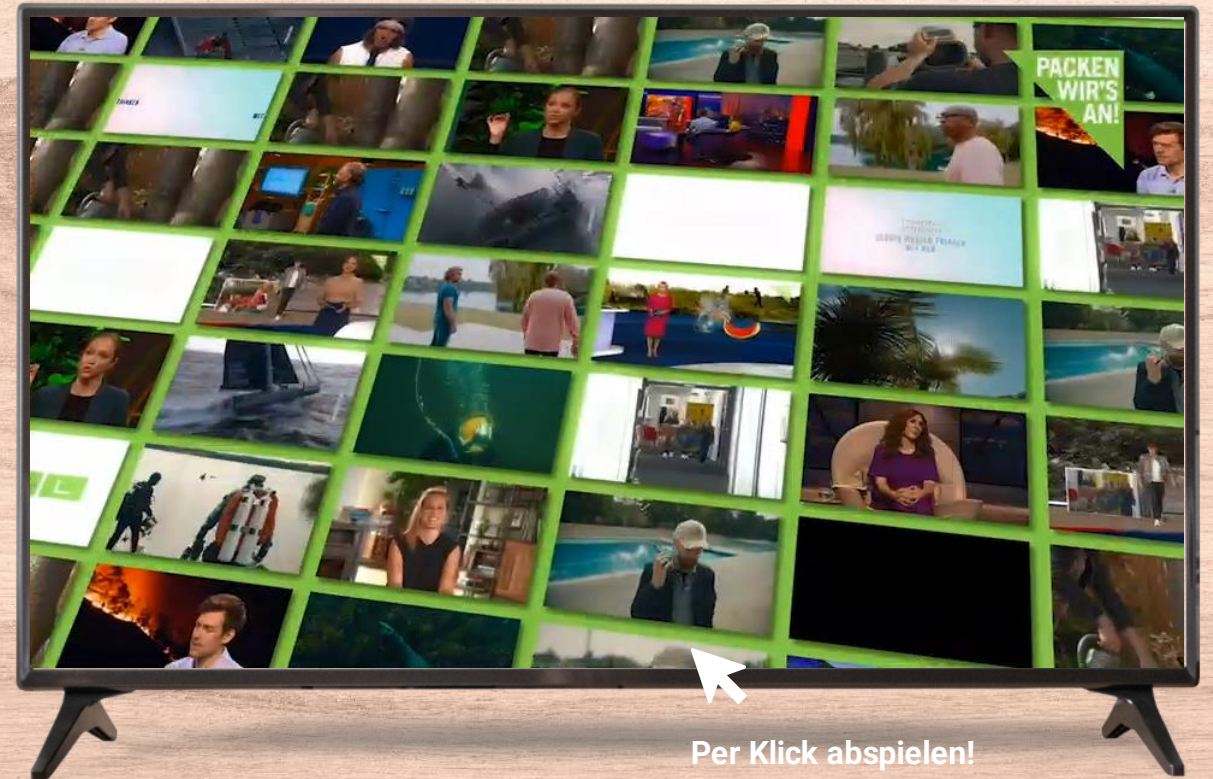
**G+J**

**RTL**

**+**



**Unsere  
Themenwochen  
begeistern durch  
starke Bilder und  
journalistische  
Kompetenz.**



**Per Klick abspielen!**

RTL Deutschland zeigt Haltung in verschiedenen Lebensbereichen – dieser Trailer zeigt wie!

# Auch Forschungswerte bestätigen die Wirksamkeit unserer Themenwochen!

Die Nachhaltigkeitswoche 2022 erreichte einen Großteil der Bevölkerung, sensibilisierte für das Thema und motivierte das eigene Verhalten zu verändern.

## Wahrnehmung



\* Jede:r vierte Deutsche hat laut FORSA von der Nachhaltigkeitswoche etwas mitbekommen

## Impact



\* haben durch die Nachhaltigkeitswoche das Gefühl, dass wir als Gesellschaft gemeinsam etwas bewegen können.

## Verantwortung



\* finden es gut, dass die Medien durch Aktionen wie die Nachhaltigkeitswoche Verantwortung übernehmen.



\*\* der Befragten konnten crossmedial über mindestens einen Medienkanal erreicht werden



\* sind sich sicher, dass sie einige der erlernten Tipps selbst in die Tat umsetzen werden.

# Unser langjähriges Engagement macht uns zum glaubwürdigen Partner an Ihrer Seite!



## Green Production in Print & TV

- Einführung verpflichtender Mindest-Standards für klimafreundliches & ressourcenschonendes Produzieren
- Vermeidung von CO2 Emissionen
- Einsatz von verträglicheren Papieren, Farben, Lacken und Verpackungen
- Reduktion von Müll am Set durch wiederverwendbare Behälter und regionales Catering

## Green Content über das Jahr hinweg

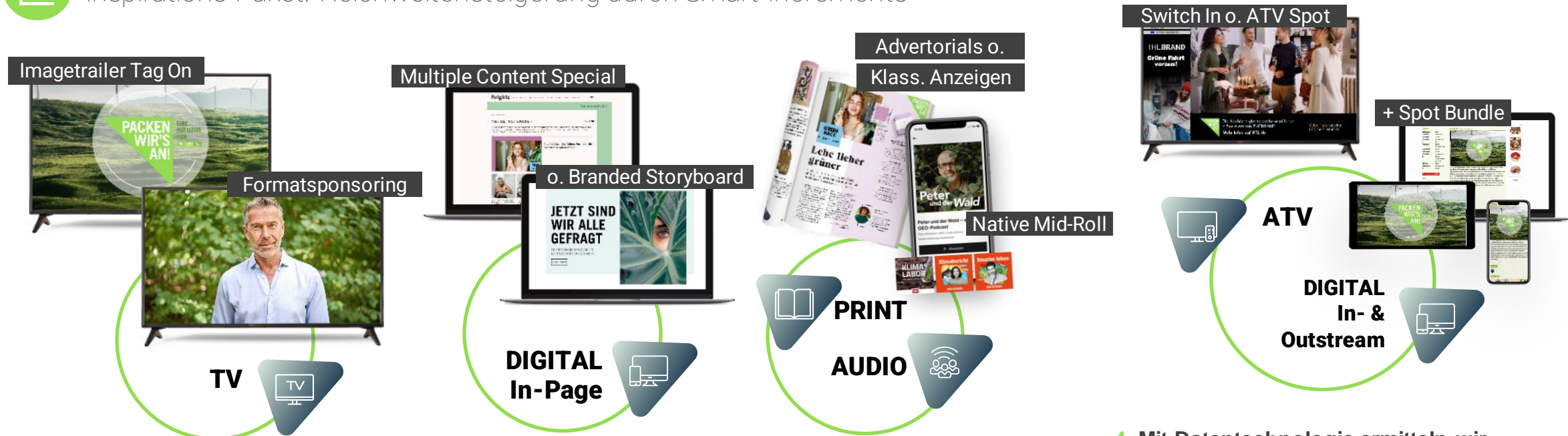
- mit Green Content erreichen und sensibilisieren wir Deutschland.
- Zweimal wöchentlich unser Nachhaltigkeits-Kurzformat „Klima Update“ bei RTL
- Stetig wachsendes Team an Klima-Experten mit Dirk Steffens, Maik Meuser, Peter Wohlleben u.v.m.!
- Grüne Schwerpunkte in Print mit BRIGITTE Be Green, GALA Green Weeks, GEO, Wohlebens Welt und Walden u.v.m.

## Punktueller Highlights in der Berichterstattung mit der geballten „Packen wir's an“-Power der Bertelsmann Content Alliance

- Redaktioneller Thementag „Tag der Erde“ seit 2021
- Bertelsmann Content Alliance Nachhaltigkeitswochen seit 2019

# So könnte Ihre Kampagne aussehen!

Inspirations-Paket: Reichweitensteigerung durch Smart Increments



**1. Einsatz von reichweitenstarken TV Sonderwerbeformen** mit starkem Nachhaltigkeitsbezug für maximalen Imagetransfer.

**2. Digitaler Content Hub** sorgt für mediales Grundrauschen über einen längeren Zeitraum und bietet die Möglichkeit, für inhaltlichen Deep Dive.

**3. Print und Podcast Umfelder** erhöhen Netto-Reichweite und sprechen dezidierte Interessensgruppen an.

**4. Mit Datentechnologie** ermitteln wir Haushalte, die noch keinen Kontakt mit der Kampagne hatten. Diese User:innen werden gezielt mit einem ATV Switch In o. Spot angesprochen – auf Desktop oder Mobile Devices mit einem Spot Bundle.

**Benefit:** Steigerung der Netto Reichweite durch gezielte Kontaktaussteuerung.

Beispielhafte Visualisierungen. Auszug der Inszenierungsmöglichkeiten im Kontext zu „Nachhaltigkeit“.



# So könnte Ihre Kampagne aussehen!



Inspirations-Paket: Effektive Wiederansprache mit Cross-Device Targeting



**1. Einsatz von aufmerksamkeitsstarken Sonderwerbeformen** im TV schafft Interesse für das präsentierte Produkt.

**2. Interaktive Ad Specials als Tagesfestplatzierung** schaffen Reichweite und Engagement. Verlinkung zu Kunden-Site(s) steigert Abverkaufschancen.

**4. Mit Cross-Device Targeting** sprechen wir Haushalte an, die Kontakt mit ihren Sonderwerbeformen hatten. Diese User:innen bekommen Ihre klassische Kommunikation ausgespielt mit möglicher Verlinkung auf Stores.  
**Benefit:** Wir schaffen wertvolle Zweitkontakte und vertiefen so das Wissen und Interesse rund um Ihr Produkt.

# AGENDA

## TV

Redaktionelle Inhalte

Co-Sponsoring

Ad Specials

Primetime Format

## PRINT

Redaktionelle Inhalte

Integrationsmöglichkeiten

## DIGITAL, AUDIO & SOCIAL

Redaktionelle Inhalte

Integrationsmöglichkeiten



### Geplante Inhalte (u.a.):

- „So konsumiert Deutschland nachhaltig (AT)“: in einer täglichen Rubrik bei P6 u. P12 erforscht Maik Meuser Methoden, um den durchschnittlichen Haushaltskonsum grüner zu gestalten.
- Fiktionale Einarbeitung des Themas Nachhaltigkeit als Storyline bei *Gute Zeiten, schlechte Zeiten*.
- **Der GEO Blockbuster:** Dirk Steffens, GEO-Naturjournalist, geht in einer ca. 90-minütigen Doku der Frage nach „Wie essen wir die Welt gesund?“. In einem spannenden Mix aus Reportage und Live Experiment lernen wir mehr über den globalen Umgang mit Lebensmitteln.
- **VOX Formate:** Verschiedene Formate bei VOX integrieren das Thema Nachhaltigkeit in ihre jeweilige Sendungsmechanik. Mit dabei sind u.a. *Das perfekte Dinner* und grüne Pitches bei *Die Höhle der Löwen*.
- **NTV Klima Update Spezial**
- Großflächige Berichterstattung in den **RTL News & Magazinen**.



„So konsumiert Deutschland nachhaltig! (AT)“:



„Packen wir's an“  
Imagetrailer



Der GEO Blockbuster mit  
Dirk Steffens



VOX Formate mit  
Themenbezug tbd.



# TV CO-SPONSORING

Zeigen Sie im TV Ihre Leadership!



Rubrikensponsoring

## Deep Dive:

Bei „Punkt 6“ und „Punkt 12“ erforscht RTL Deutschland Klima-Experte Maik Meuser die neuesten Entwicklungen in Klima-schonenden Technologien.



Themen-Co-Sponsoring

## Big Reach:

Als Themensponsor wird Ihre Marke per **5“Tag On** an den “Packen wir's an“ Imagetrailer bei RTL und VOX angehängt.



ATV Sponsor Switch-In XXL

## Smart & Gezielt:

Verlängern Sie Ihr TV Themen-Sponsoring mit einem **ATV Switch-In XXL**. Während des Umschaltvorgangs wird Ihre Markenbotschaft mit Verweis auf die Vielfaltswache ausgespielt.

# TV AD SPECIALS

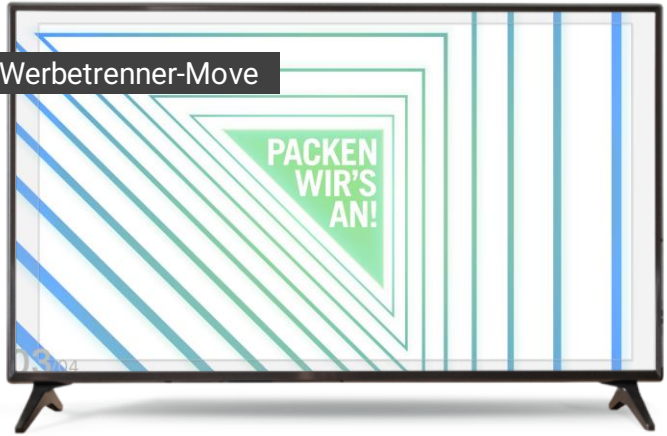
Verbinden Sie Ihre Marke mit dem guten Zweck!

Presenter Content-  
Wechsel Split

FIRST  
MOVER



Werbetrenner-Move



Nachhaltigkeitstipp

Movesplits

Factsplits



## Perfektes Partnering:

Auf Pre-Split Positionen wird mit einer **redaktionellen Botschaft** auf den Thementag hingewiesen – darauf **liegt Ihre Bauchbinde** und verbindet Ihre Marke direkt mit der Senderinitiative. Darauf folgt ihr Spot oder Ihre Tafel.

## Visuelle Attention:

Mit einem **Werbetrenner-Move** werden Elemente Ihres Spots in das Bildmotiv des Themenwochen-Werbetrenners integriert. In einem **fließenden Übergang geht der „Packen wir's an“-Trenner in Ihren Spot.**

## Themen besetzen:

Verbinden Sie Ihre Marke durch einen **Nachhaltigkeitstipp**, oder einen **Move- oder Factsplit** mit unserer redaktionellen Aktionsklammer.

Vorschau per Klick aktivieren!

# TV PRIMETIME

## GEO Blockbuster mit Dirk Steffens

**RTL | Dokumentation**



**19.10.23 | 20:15 Uhr**

**Dirk Steffens, GEO-Naturjournalist**, geht in einer 90-minütigen Dokumentation der Frage nach „Wie essen wir die Welt gesund?“.

In einem spannenden Mix aus Reportage und Live Experiment lernen wir mehr **über den globalen Umgang mit Lebensmitteln**, wieso macht der Kauf einer Bio-Bratwurst einen Unterschied und welche Alternativen bezüglich Lebensmitteln und deren Anbau gibt es eigentlich?

**Co-Sponsoring TV + Digital**

**Trailersponsoring**

**xMedia Verlängerung**

• **Gerne auf Anfrage**

# TV KOSTEN

## Sponsoring

Bestandteil	Leistung	Zeitraum 2023	Preise
<b>TV</b>			
„Packen wir's an“ Themen-Co-Sponsoring RTL & VOX	Sponsor Tag Ons à 5“ auf RTL & VOX im genannten Mediavolumen	09. – 22.10.2023	249.885 € brutto
Sponsoring „So konsumiert Deutschland nachhaltig (AT)“ Punkt 6“*	5x Opener, 5x Closer à 7“	16. – 20.10.2023	12.250 € brutto
Sponsoring „So konsumiert Deutschland nachhaltig (AT)“ Punkt 12“*	5x Opener, 5x Closer à 7“	16. – 20.10.2023	32.270 € brutto
<b>DIGITAL</b>			
In-Stream Co-Sponsoring	Spotbundle 30“ Multiscreen Sponsoring RON (4.000.000 Als)	Oktober 2023	160.000 € brutto
ATV Switch-In XXL	10“ Switch-In XXL auf Sendern von RTL Deutschland mit LOHAS-Targeting ca. 700.000 Als	16. – 22.10.23	52.500 € Brutto zzgl. Kreativekosten
	10“ Switch-In XXL mit Retargeting auf den Imagetrailer ca. 2.000.000 Als	09. – 22.10.2023	120.000 € Brutto zzgl. Kreativekosten

\*Beispielhafte Kalkulation, genaue Sendestunde steht noch nicht fest.

Alle Preise zzgl. der gesetzlichen MwSt. zzgl. Produktionskosten und Lizenzgebühren. Sollten Preis- bzw. Tarifgruppenänderungen des Werbeumfelds vorgenommen werden, so werden die Preise angepasst.

Die Buchung einer der in diesem Angebot dargestellten Sonderwerbformen löst keine Branchenexklusivität aus. Die Belegung einer anderen Sonderwerbform durch einen Partner derselben Branche ist möglich.

Die genaue Trailer-Planung obliegt den Sendern. Die Sender behalten sich vor, weitere Trailer ohne Sponsorenanhänge auszustrahlen. Die Programmtrailer-Produktion obliegt inhaltlich und redaktionell RTL Television.

AI-Zahlen stellen Prognosewerte dar, keine Garantie. Entstehende Produktions- und Lizenzkosten werden separat in Rechnung gestellt und sind nicht Bestandteil bestehender Vereinbarungen (Basisbuchungen, Max3-Buchungen). Sämtliche Kosten wie Produktionskosten etc. werden durch den Kunden getragen.

# TV KOSTEN

## Ad Specials

Bestandteil	Leistung	Zeitraum 2023	Preise
<b>TV</b>			
Presenter-Content-Wechsel Split + Spot	<b>VOX   5 x 30" Presenter-Splits*</b> (Mindestbuchung von 5 Platzierungen, nach oben frei skalierbar. Frei zusammenstellbar mit Tafel- und Spotvarianten.) Bsph. CSI Miami, Mein Kind dein Kind x 2, Shopping Queen, Die Höhle der Löwen	Individuelle Platzierungen mit „Packen wir's an“ Logo verfügbar von: 09. – 22.10.2023	168.240 € Brutto zzgl. Kreativekosten
Presenter-Content-Wechsel Split + Spot	<b>RTL   5 x 30" Presenter-Splits*</b> (Mindestbuchung von 5 Platzierungen, nach oben frei skalierbar. Frei zusammenstellbar mit Tafel- und Spotvarianten.) Bsph. P6, P8, P12, Explo Stories, Exklusiv,		147.810 € Brutto zzgl. Kreativekosten
Factsplit / Movesplit*	<b>RTL   5x 30" Pre-Split RTL „P6, P8, P12, Explosiv, RTL Aktuell“</b> Beispielhafte Platzierungspakete, alternative Umfelder und Preise gern auf Anfrage	Individuelle Platzierungen mit „Packen wir's an“ Logo verfügbar von: 09. – 22.10.2023	147.810 € Brutto zzgl. Kreativekosten
	<b>VOX   5 x 30" Pre-Split VOX „CSI Miami, Mein Kind dein Kind x 2, Shopping Queen, Die Höhle der Löwen“</b> Beispielhafte Platzierungspakete, alternative Umfelder und Preise gern auf Anfrage		168.240 € Brutto zzgl. Kreativekosten

Alle Preise zzgl. der gesetzlichen MwSt. zzgl. Produktionskosten und Lizenzgebühren. Sollten Preis- bzw. Tarifgruppenänderungen des Werbeumfelds vorgenommen werden, so werden die Preise angepasst.

Die Buchung einer der in diesem Angebot dargestellten Sonderwerbeformen löst keine Branchenexklusivität aus. Die Belegung einer anderen Sonderwerbeform durch einen Partner derselben Branche ist möglich.

\*Preis aufgrund einer beispielhaften Planung. Eine Buchung kann nur auf Grundlage von einer Verfügbarkeitsliste erfolgen, wodurch sich der Preis je nach Wunschumfeldern deutlich ändern kann.

Stand: 08.05.2023



# TV KOSTEN

## Ad Specials

Bestandteil	Leistung	Zeitraum 2023	Preise
<b>TV</b>			
Werbetrenner-Move*	<b>VOX</b>   5 x 30" Erstplatzierung in der klassischen Insel (3"Werbetrenner** + 3" Move + 30" Spot) bei „CSI Miami, Mein Kind dein Kind, Shopping Queen, Shopping Queen, Die Höhle der Löwen“ Beispielhafte Platzierungspakete, alternative Umfelder und Preise gern auf Anfrage	Individuelle Platzierungen mit „Packen wir's an“ Logo verfügbar von: 09. – 22.10.2023	164.703 € Brutto zzgl. Kreativekosten
	<b>RTL</b>   5 x 30" Erstplatzierung in der klassischen Insel (3"Werbetrenner** + 3" Move + 30" Spot) bei „P6, P12, Explosiv, Exklusiv, Nachtjournal“ Beispielhafte Platzierungspakete, alternative Umfelder und Preise gern auf Anfrage		150.330 € Brutto zzgl. Kreativekosten
Nachhaltigkeitstipp*	<b>VOX</b>   5 x 45" Content Wechsel Split (3" Intro + 27" redaktioneller Content + 15" Spot) bei „SQ (RR), Mein Kind dein Kind, First Dates, Das perfekte Dinner, Die Höhle der Löwen“ Beispielhafte Platzierungspakete, alternative Umfelder und Preise gern auf Anfrage	Individuelle Platzierungen mit „Packen wir's an“ Logo verfügbar von: 09. – 22.10.2023	412.740 € Brutto zzgl. Kreativekosten
	<b>RTL</b>   5 x 50" Content Wechsel Split (3" Intro + 27" redaktioneller Content + 20") bei „P6, P8, P12, Explosiv, RTL Aktuell“ Beispielhafte Platzierungspakete, alternative Umfelder und Preise gern auf Anfrage		223.695 € Brutto zzgl. Kreativekosten

Alle Preise zzgl. der gesetzlichen MwSt. zzgl. Produktionskosten und Lizenzgebühren. Sollten Preis- bzw. Tarifgruppenänderungen des Werbeumfelds vorgenommen werden, so werden die Preise angepasst.

Die Buchung einer der in diesem Angebot dargestellten Sonderwerbeformen löst keine Branchenexklusivität aus. Die Belegung einer anderen Sonderwerbeform durch einen Partner derselben Branche ist möglich.

\*Preis aufgrund einer beispielhaften Planung. Eine Buchung kann nur auf Grundlage von einer Verfügbarkeitsliste erfolgen, wodurch sich der Preis je nach Wunschumfeldern deutlich ändern kann.

\*\*3" Werbetrenner werden nicht mit kalkuliert.

Stand: 08.05.2023



# PRINT

## Unsere redaktionellen Inhalte:

- Unsere starken Print-Marken wie GALA, Brigitte, GEO, und STERN setzen schon lange Zeichen in der Klimaberichterstattung. Partnern Sie mit einer oder mehrerer Marken und profitieren Sie von der langjährigen Erfahrung der crossmedialen Inszenierung.
- **GALA Green Issue:** Ausgabe mit großflächigem Nachhaltigkeitsschwerpunkt
- **BRIGITTE Green Issue:** Ausgabe mit großflächigem Nachhaltigkeitsschwerpunkt
- **COUCH** Ausgabe #10: Schwerpunktbeiträge zu Green und Eco-friendly Themen
- **GEO** Ausgabe #11: Titelthema „Ernährung“ parallel zum GEO Blockbuster mit Dirk Steffens
- **Außerdem:** redaktionelle Beiträge zur Nachhaltigkeitswoche in vielen weiteren Marken

Hier geht's zum [Content-Finder](#)

Beispielhafte Visualisierungen. Vorbehaltliche Themenplanung.



Nachhaltigkeits-Ausgabe  
GALA Green Issue

Vergangene Umsetzungen:  
GEO, STERN, CAPITAL, BRIGITTE



# PRINT INTEGRATIONEN

## Unsere Klassiker: Kommunikation nach Maß

### Tutorial



### Expertorial



### Productorial



### Beauty Tutorial ...

Die Ressort-Leiter:innen (Beauty / Mode) geben ihren persönlichen „Influencer“-Tipp, wie man Nachhaltigkeit in die eigene Routine integriert.

### 5 Fragen an ...

Aus Fragen und Antworten entsteht ein lebendiges Interview, das Ihr Produkt oder Ihre grüne Kampagne detailliert vorstellt.

### Dasselbe in Grün

Ihre Marke zeigt eine nachhaltige Perspektive auf, indem Sie Highlights und Werdegang Ihres grünen Produkts mit den Leser:innen teilen.

Alle Advertorial Konzepte digital erweiterbar!

# PRINT INTEGRATIONEN

Deep Dive: ideal für Produkte oder Sachverhalte mit Erklärungsbedarf



Wissen to Go

Über 3-5 **gesponserte Teaser**, die im jeweiligen Heft gestreut sind, werden die Leser:innen mit spannenden **Fakten** auf ein aktuelles Klima-Thema aufmerksam gemacht.

Weiter hinten im Heft dann die „Auflösung“: Ein **doppelseitiges Advertorial**, in dem das übergreifende Thema aufgegriffen wird und das eigene Produkt an die Thematik anknüpfen lässt.



Mein Start in die Nachhaltigkeit

Selbst-Test Advertorial

**Auch digital erweiterbar!**



Typengenaue Werbeausspielung:

Über einen Nachhaltigkeits-Typen-Test als Einstieg schicken wir die Leser:innen im gleichen Heft – **ohne Medienbruch** – auf die für sie am besten passende Anzeige.

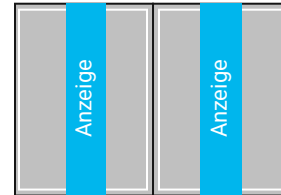


# PRINT INTEGRATIONEN

## Attention: Ihre Anzeige zieht alle Augen auf sich durch außergewöhnliche Gestaltung!

Flexform

Durch die Platzierung eines innovativen Anzeigenformats - maßgeschneidert und vollkommen nativ in die Seiten eingeflochten - wird Ihre Marke bzw. Ihr Produkt aufmerksamkeitsstark präsentiert.



Nachhaltigkeitstipp

Sonderformate

Aufmerksamkeit garantiert!

Mit einem Sonderformat im gezielten Nachhaltigkeits-Umfeld, fangen Sie alle Blicke.

**Nächster Halt: Freiheit**

Egal, ob am oder auf dem Wasser – Hamburg lädt zum Entspannen ein. Aber auch, wenn eher nach räumlichen Stadtliden ist, sollte unbedingt mal in der Hansestadt vorbeischaun

**HAMBURG MIT DER BAHN ENTDECKEN**

- Klimafreundlich und bequem ohne Auto
- Perfekte Home & Co. im ICE für den Bahn-Gemüts
- Genuss und guter Service in der Bord-Bar
- Preisgünstig und individuell
- Mehr als nur ein Zug

**HAMBURG MIT DER BAHN ENTDECKEN**

Mehr Urlaubsgebiete entdecken unter: [bahn.de/entdeckehamburg](http://bahn.de/entdeckehamburg)

**Nachhaltigkeit geht von klein bis groß!**

Das Wichtigste ist, dass man vorlebt. Mehr als den leeren Chepp, vor den Göttern

**1. Wechsel zu LED-Birnen**

Loosereim, waspa lanchica? Aber nicht, wenn wir nicht richtig machen. Das ist das Wichtigste, was wir tun können.

**2. Nutze Strom außerhalb der Peak Stunden, um Netze zu entlasten**

Es ist wichtig, dass wir nicht nur reden, sondern auch handeln. Das ist das Wichtigste, was wir tun können.

**3. Steig um ins E-Auto!**

Das ist das Wichtigste, was wir tun können. Es ist wichtig, dass wir nicht nur reden, sondern auch handeln. Das ist das Wichtigste, was wir tun können.

**THE CAR BRAND**

**4. Nachhaltigkeits-Tipp**

Das ist das Wichtigste, was wir tun können. Es ist wichtig, dass wir nicht nur reden, sondern auch handeln. Das ist das Wichtigste, was wir tun können.

**FIRST MOVER**

Das ist das Wichtigste, was wir tun können. Es ist wichtig, dass wir nicht nur reden, sondern auch handeln. Das ist das Wichtigste, was wir tun können.

# xMedia INTEGRATIONEN

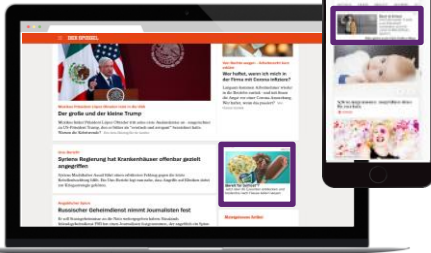
## E-Sampling

Aufrufanzeige bspw. in der GALA oder auf GALA.DE

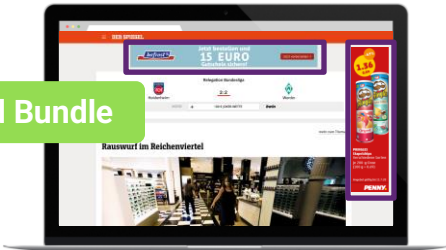


Printanzeige

Promotion Ad



Ad Bundle



Anmeldemaske bspw. auf GALA.DE



Handling und Versand über die Ad Alliance



Perfekt für Conversion

Durch Produktkontakt Ihre Zielgruppe begeistern!

Sampling-Aktionen ermöglichen es, Ihre Marke über für große Gruppen erlebbar zu machen. Aber ist das überhaupt mit dem modernen Nachhaltigkeitsverständnis zu vereinbaren?

Wir machen es möglich, indem wir für **Sie interessierte User:innen ermitteln**, die sich selbst für eine Probe anmelden.

Ihre Vorteile: **keine Streuverluste, Markenaktivierung, und geringer Management-Aufwand!**

# PRINT KOSTEN

Bestandteil	Leistung	Zeitraum 2023	Preise
Advertorial	1/1-Seite Tutorial / Expertorial / Productorial	Oktober 2023	Mindestformat 1/1-Seite: je nach Marke am Beispiel GALA: 28.900 € brutto zzgl. 25% Co-Branding-Aufschlag auf den Bruttoanzeigenpreis zzgl. Kurationskosten für 1/1 Seite: 2.900 €**
Wissen-to-go Advertorial	Wissen-to-go Advertorial	Oktober 2023	Doppelseite: je nach Marke, am Beispiel STERN: 145.600 € brutto + 20.000 € pro Teaser Kreation* Doppelseite: 3.500 € + pro Teaser: 400 €
Selbst-Test Advertorial	3x 1/1 Advertorial-Anzeige	Oktober 2023	3x 1/1 Advertorial-Anzeige in dem jeweiligen Werbeträger zum Preis von 2 Seiten* zzgl. Kurationskosten**
Nachhaltigkeits-Tipp	Sonderformat bestehend aus 2 x 1/3 Anzeige	Oktober 2023	individuelles Angebot auf Anfrage.
Flexform Advertorial	1/1-Seite Advertorial mit Sonderform	Oktober 2023	1/1-Seite am Beispiel BRIGITTE: € 51.600 (rabatt- / AE-fähig), zzgl. Kurationskosten

\*Das Angebot ist rabattbildend, aber nicht weiter rabattnehmend für bestehende Jahresvereinbarungen. Weitere Rabatte finden keine Anwendung. Preise AE-Netto, zzgl. MwSt.

\*\*Kurationskosten sind nicht Rabatt- und AE-fähig

Alle Preise zzgl. der gesetzlichen MwSt. zzgl. Produktionskosten und Lizenzgebühren. Sollten Preis- bzw. Tarifgruppenänderungen des Werbeumfelds vorgenommen werden, so werden die Preise angepasst.

Die Buchung einer der in diesem Angebot dargestellten Sonderwerbformen löst keine Branchenexklusivität aus. Die Belegung einer anderen Sonderwerbform durch einen Partner derselben Branche ist möglich.

Stand: 08.05.2023

# xMedia **KOSTEN**

## Beispielkalkulation für GALA: alles auf einen Blick!



Werbemittel	1.000 Samples	Wirkungsbooster
Print: 1/3 Seite in GALA inkl. Co-Branding	22.125€ brutto	Booster: Edi-Platzierung (+15%)
Kreation Print*	1.900€ n/n	
Digital: Promotion Ad (Ausgehend von einer Conversion-Rate von ca. 5%)**	30.600€ n/n (20.000 Klicks - Performance-Flight)	
Kreation Digital Promotion Ad*	400€ n/n	
Samples	4.600€ n/n (Fullservice***)	Booster: Samplebox mit Co-Branding (+25%)
<b>PAKETPREIS</b>	<b>59.625€</b>	
Zusätzlich Edi-Platzierung in GALA buchbar	2.655€ brutto (zzgl. 15%)	

\*Kreations- und Fullservice-Kosten sind nicht AE-fähig

\*\*Conversion-Rate ist nur eine Annahme

\*\*\*Fullservice inkl. Verpackung - exkl. Druck- und Portokosten

Die Buchung einer der in diesem Angebot dargestellten Sonderwerbformen löst keine Branchenexklusivität aus. Die Belegung einer anderen Sonderwerbform durch einen Partner derselben Branche ist möglich.

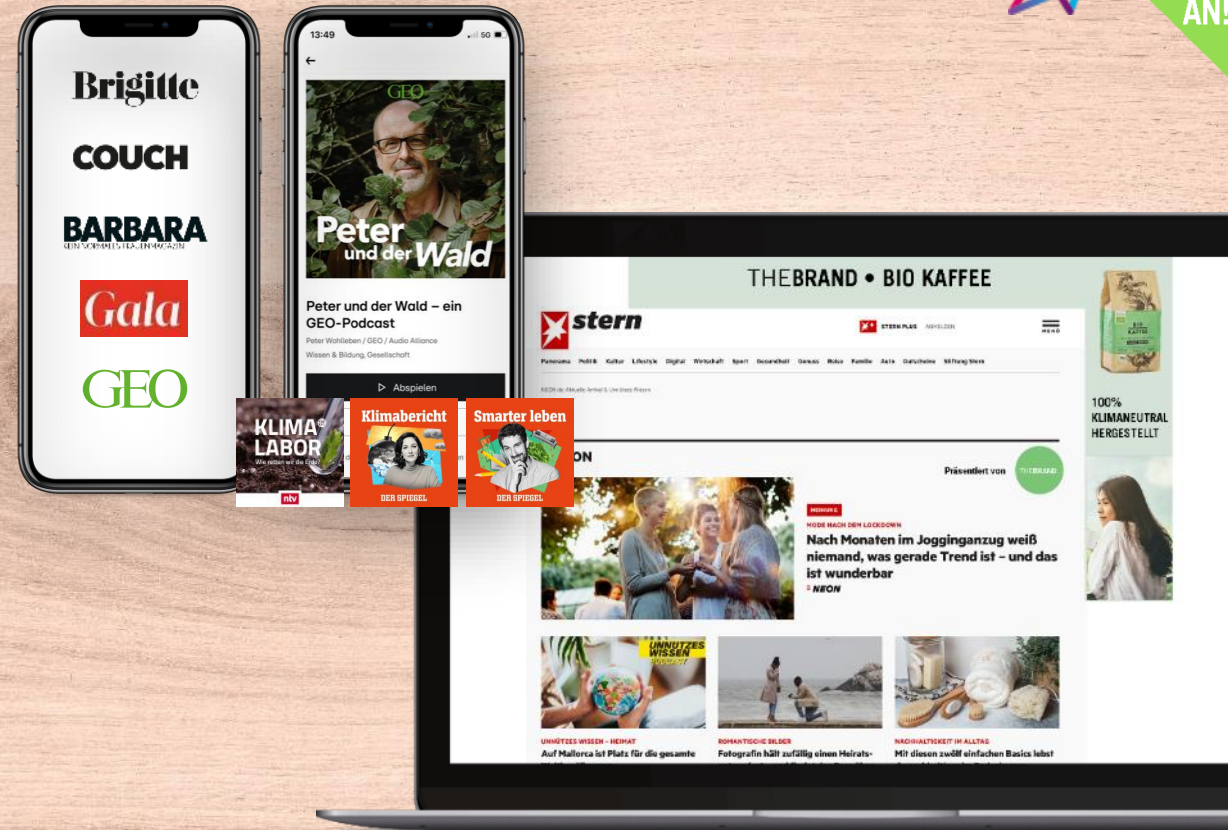
Stand: 08.05.2023



# DIGITAL, AUDIO & SOCIAL

- **Individuelle Green Weeks:** Bei GALA, BRIGITTE, COUCH, ELTERN und den RTL News wird das Thema Nachhaltiger Konsum auf den Digital Sites in einem jeweiligen Content Hub aufbereitet.
- **Individuelle Social Weeks:** Bei GALA, BRIGITTE, COUCH, und den RTL News Magazinmarken wird Ihr Wunschthema mit dem jeweiligen Marken-USP individuell bei Instagram inszeniert.
- **Audio:** Belegen Sie den »Nachhaltigkeits-Channel« mit einem Mid-Roll und platzieren Sie Ihre Botschaft damit maximal nativ mitten im redaktionellen Content.
- Redaktionelle Beiträge zur Nachhaltigkeitswoche in vielen weiteren Marken tbd.!

Hier geht's zum [Content-Finder](#)



PACKEN  
WIR'S  
AN!

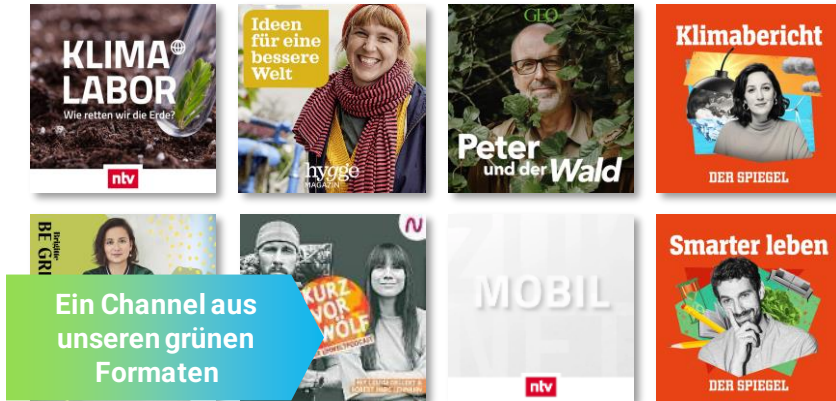
RTL NEWS RTL +

Brigitte COUCH | DAS MAGAZIN DIE COMMUNITY  stern

GEO Gala VOX DER SPIEGEL

# DIGITAL INTEGRATIONEN

**Sprechen Sie uns an für individuelle Angebote!**



## Podcast Mid-Roll

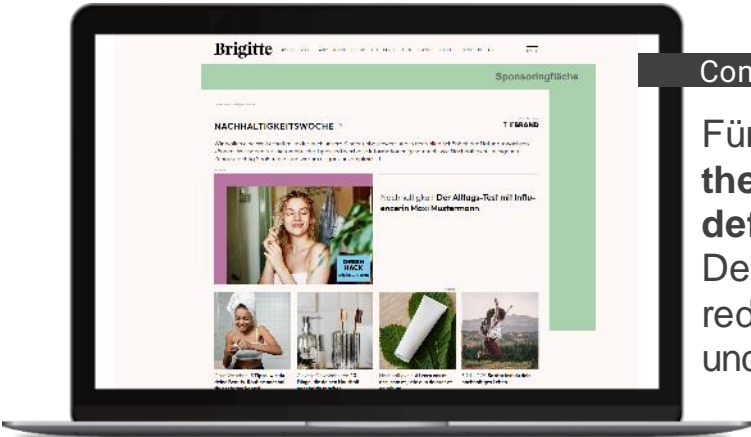
### Gezielte Reichweiten mit unserem Nachhaltigkeits-Channel

Mit dem »Nachhaltigkeits-Channel« bündeln wir alle relevanten Podcast aus dem Bereich Nachhaltigkeit und schaffen eine relevante Reichweite. Ihre Werbebotschaft wird innerhalb dieser Umfelder nativ in den redaktionellen Content integriert und von einer attraktiven Zielgruppe aufmerksam und aktiv gehört.



## Social Storytelling

Den Tag der Erde nehmen sich unsere **Social Redaktionen zum Anlass über Nachhaltigkeit zu posten\***. Diese Posts können auf dem jeweiligen Marken Instagram Account begleitet werden.



## Content Special

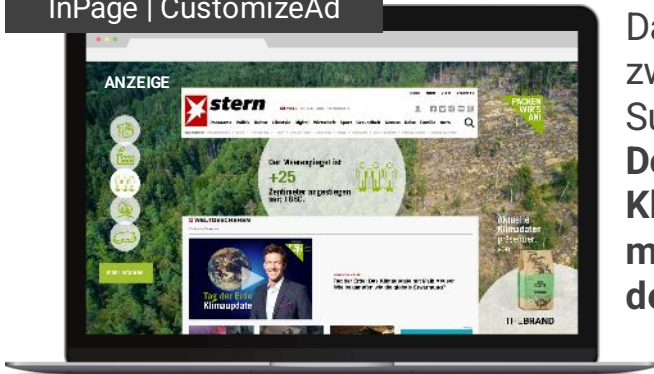
Für ein Content Special wird ein **thematisches Umfeld gemeinsam definiert** und für Ihre Marke **geschaffen\***. Der Content besteht zu 50% aus redaktionellen Inhalten der Medienmarke und 50% Kunden-Content..

\*Der redaktionelle Content ist unantastbar. Beispielhafte Visualisierungen.

# DIGITAL INTEGRATIONEN

**Sprechen Sie uns an für individuelle Angebote!**

InPage | CustomizeAd



Das CustomizeAd besteht aus zwei Dynamic Sitebars, dem Superbanner und dem Billboard. Der User kann zwischen unseren Klimafakten klicken und somit mehr über verschiedene Faktoren des Klimaschutzes lernen.

Branded Storyboard



Beim Branded Storyboard steht Storytelling ab dem ersten Klick im Fokus! Von kurzweiligen Videobeiträgen über bildgewaltige Fotostecken bis hin zu Slide-Shows und individuelle Maps – Ihr grünes Thema wird voll-werblich in Szene gesetzt!

FIRST  
MOVER



ATV | Klima-Counter  
Switch In Masthead

Mit dem Switch-In Masthead bekommen Sie **garantierte und exklusive Tageserstkontakte** für jeden Zuschauer in unserem ATV Senderportfolio. Verlängern Sie Ihre Präsenz wirkungsstark ins TV und **engagieren sich für die Umwelt als Presenter aktueller „Tag der Erde“ Klimadaten.**

\*Der redaktionelle Content ist unantastbar. Beispielhafte Visualisierungen.

# DIGITAL KOSTEN

Bestandteil	Leistung	Zeitraum 2023	Preise
Podcast	Nachhaltigkeits-Channel, Producer-Read, Mid-Roll 30 Sekunden, 100.000 Als	4 Wochen Oktober 2023	Mediakosten: 9.775 € N2 Kreationskosten: 500 € nicht Rabatt- und AE-fähig Gesamtkosten: 10.275 EUR N2
Social Storytelling	Green Week Social Storytelling, 3x IG Posts, 4x IG Stories (jeweils mind. 3 Slides)	Oktober 2023	Individuelles Angebot auf Anfrage
Marken-spezifisches Content Special	Content Special (4 redaktionelle Artikel + 4 Kunden Contentpieces)*, festplatziertes Werbemittel (z.B. Sticky Sky + MCA 2:1), Native Teaser Bundle + Kundenlogo**. Übersichtsseite mit allen Inhalten, Presentership, Navigationsplatzierung, Kampagnenbetreuung und Reporting.	4 Wochen Oktober 2023	Je nach gewählten Marken ab 33.200 € n/n*** MBV zzgl. Full Servicekosten
CustomizeAd	Rotation RoS (125 € brutto) oder RoC (141 € brutto). <u>Konzeptanlieferung:</u> 25 Werktage vor Erscheinungstag. <u>Materialanlieferung:</u> 20 Werktage vor Erscheinungstag.	Oktober 2023	40.000 € n/n**** MBV zzgl. Full Servicekosten

\*Themenfreigabe durch Redaktion erforderlich; Gewichtung der redaktionellen Inhalte und Kunden-Inhalte im Gleichgewicht. Ausnahme: SPIEGEL.de und MANAGER-MAGAZIN.de. Umsetzung einer Content-Integration des Kunden, optional mit integrierter Verlinkung auf dessen Website. Zur Auswahl stehen die Content-Typen: Artikel, Bild, Bildergalerie (max. 10 Bilder) und Video. Andere Content-Typen wie Gewinnspiele und Anmeldemasken auf Rückfrage und gegen Aufpreis. \*\*Anlieferung Logo durch den Kunden. Kein Presenter bei SPIEGEL und MANAGER MAGAZIN möglich \*\*\*Leistungen werden individuell für Sie berechnet. Zur Erreichung der View-Garantie behalten wir uns den Einsatz von externen Traffic Drivern vor. Das Content Special wird im Rahmen unserer Full Service Leistung umgesetzt. Produktionskosten sind nicht rabatt- und AE-fähig.

\*\*\*\*Full-Service-Kosten sind weder Rabatt- noch AE-fähig, zzgl. MwSt. Der Material-Lieferant stellt sicher, dass für das Material (Bilder, Schriften, etc.) ausreichend Lizenzen vorliegen. Ist zusätzliches (Bild-)Material inkl. (Bild-)Rechte einzukaufen, werden die Kosten hierfür on-top weiterberechnet (weder Rabatt-, noch AE-fähig). Hosting ist in den Full-Service-Kosten inkludiert. Durch von der Beschreibung und den Spezifikationen abweichende Features, die auf expliziten Kundenwunsch zum AdSpecial hinzugefügt werden sollen, können nach vorhergehender Prüfung zusätzliche Kosten und eine Verlängerung der Vorlaufzeit entstehen. Soll ein in

Full-Service produziertes Werbemittel an einem Wochenend- oder Feiertag oder außerhalb der regulären Geschäftszeiten (9 bis 18 Uhr MEZ) starten, behält sich die AdAlliance vor, den entstehenden Support-Aufwand mit mind. 1.000€ n/n zusätzlich in Rechnung zu stellen.

Audio/Podcast-Platzierungen sind skontofähig und rabattbildend, aber nicht rabattfähig für etwaige Digital-Vereinbarung, Angebot nach Verfügbarkeit; Laufzeit ab 4 Wochen

Alle Preise zzgl. der gesetzlichen MwSt. zzgl. Produktionskosten und Lizenzgebühren. Sollten Preis- bzw. Tarifgruppenänderungen des Werbeumfelds vorgenommen werden, so werden die Preise angepasst.

Die Buchung einer der in diesem Angebot dargestellten Sonderwerbformen löst keine Branchensexklusivität aus. Die Belegung einer anderen Sonderwerbform durch einen Partner derselben Branche ist möglich.

Stand: 08.05.2023

# DIGITAL KOSTEN

Bestandteil	Leistung	Zeitraum 2023	Preise
Switch-In	Switch-In Masthead Tagesfestplatzierung	Bspw. 16.10.2023	Individuelles Angebot auf Anfrage
Branded Storyboard	4x Storyboard-Seiten (4 Themen)*, 1x Teaser-Bundle ab 6.700 Views** für das Branded Storyboard ab 1.280.000 AI Native Teaser Bundle in RoS** ab 320.000 AI Native Teaser Bundle in RoN**	4 Wochen Oktober 2023	Ab AE-Netto 30.075 € Inkl. Kreation***

\*Vorlaufzeit: 28 Werktage mit Full-Service, Laufzeit: ab 4 Wochen, inkl. Recherche, Texterstellung, Bildberatung. Optional hinzu buchbar: 1x Sponsoringfläche Desktop (sticky Skyscraper) 1x Sponsoringfläche Mobile (MCA 4:1). Andere Content-Typen wie Gewinnspiele und Anmeldemasken auf Rückfrage und gegen Aufpreis.

\*\*Leistungen werden individuell für Sie berechnet. Zur Erreichung der View-Garantie behalten wir uns den Einsatz von externen Traffic Drivern vor.

\*\*\*Das Branded Story Board wird im Rahmen unserer Full-Service Leistung umgesetzt. Kreationskosten sind nicht rabatt- und AE-fähig.

Full-Service-Kosten sind weder Rabatt- noch AE-fähig, zzgl. MwSt. Der Material-Lieferant stellt sicher, dass für das Material (Bilder, Schriften, etc.) ausreichend Lizenzen vorliegen. Ist zusätzliches (Bild-)Material inkl. (Bild-)Rechte einzukaufen, werden die Kosten hierfür on-top weiterberechnet (weder Rabatt-, noch AE-fähig). Hosting ist in den Full-Service-Kosten inkludiert. Durch von der Beschreibung und den Spezifikationen abweichende Features, die auf expliziten Kundenwunsch zum AdSpecial hinzugefügt

werden sollen, können nach vorhergehender Prüfung zusätzliche Kosten und eine Verlängerung der Vorlaufzeit entstehen. Soll ein in Full-Service produziertes Werbemittel an einem Wochenend- oder Feiertag oder außerhalb der regulären Geschäftszeiten (9 bis 18 Uhr MEZ) starten, behält sich die AdAlliance vor, den entstehenden Support-Aufwand mit mind. 1.000€ n/n zusätzlich in Rechnung zu stellen.

Alle Preise zzgl. der gesetzlichen MwSt. zzgl. Produktionskosten und Lizenzgebühren. Sollten Preis- bzw. Tarifgruppenänderungen des Werbeumfelds vorgenommen werden, so werden die Preise angepasst.

Die Buchung einer der in diesem Angebot dargestellten Sonderwerbformen löst keine Branchenexklusivität aus. Die Belegung einer anderen Sonderwerbform durch einen Partner derselben Branche ist möglich.

Stand: 08.05.2023

A group of children are sitting at a wooden table, drawing a scene on a piece of paper. The drawing depicts a landscape with several wind turbines, a house with a red roof, a sun, clouds, and people. One child is using a blue pencil to draw a turbine, while others are holding various colored pencils. The scene is bright and colorful, with a focus on renewable energy and community.

## Sie brauchen Ihr eigenes Inspirationspaket?

Unsere Konzeptideen sind genauso vielfältig wie die Inhalte unserer Woche! Sprechen Sie uns gerne mit Ihren Kampagnenzielen an und wir entwickeln die perfekte 360° Umsetzung für Ihre Marke.



**Luisa Büllsbach**

Conception Manager  
TV Brands Concepts

[luisa.buellesbach@ad-alliance.de](mailto:luisa.buellesbach@ad-alliance.de)

**Kontakt**

## Wichtige Hinweise



Die vorgestellten Ideenansätze sind nicht im Detail abgestimmt und verstehen sich vorbehaltlich aller Zustimmungen der jeweiligen Sender, Titel bzw. Plattformbetreiber der einzelnen Vermarkter.

### Nutzungsrechte

Das in dieser Präsentation gezeigte Material und sein gesamter Inhalt sind gemäß den geltenden Urheberrechtsgesetzen geistiges Eigentum des Vermarkters Ad Alliance GmbH.

Jede teilweise oder vollständige Nutzung, Nachahmung oder Weitergabe von geschützten Inhalten bedarf der vorherigen schriftlichen Genehmigung des Rechteinhabers.

Der Vermarkter Ad Alliance GmbH behält sich vor, die Verletzung von Urheberrechten zivil- und strafrechtlich zu verfolgen.

© Ad Alliance GmbH | 2022





Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Ad Alliance GmbH,  
abrufbar unter [www.ad-alliance.de/agb](http://www.ad-alliance.de/agb).

Für den Vermarkter Media Impact GmbH & Co. KG handelt die Ad Alliance GmbH  
als Dienstleister und im Namen und für Rechnung der Media Impact GmbH & Co. KG.  
Es gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Media Impact GmbH & Co. KG, abrufbar unter:  
[www.mediaimpact.de/de/agb](http://www.mediaimpact.de/de/agb), es sei denn es ist anders gekennzeichnet.